

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ В УКРАИНЕ

НАУМОВА Е. Э.

кандидат технических наук

АНТОНОВА А. И.

Харьков

Мясоперерабатывающая отрасль занимает одно из ведущих мест в пищевой промышленности Украины. Однако после развала Советского Союза отрасль оказалась в наиболее сложной ситуации. Если в 1990 г. на долю мясоперерабатывающей отрасли приходилось более 20% производства всей пищевой промышленности Украины, то в 2010 г. доля отрасли снизилась до 12,2% [1].

Отдельные вопросы, посвященные проблемам и перспективам развития рынка мясных и колбасных изделий в Украине, конкурентоспособности отечественных мясопродуктов, рассмотрены в работах таких ученых и практиков, как Свиноус И., Арасланова А., Вязовская С., Рыбачок Н., Максимчук А., Васина Е., Ковальчук А. [1 – 6]. Однако с учетом того, что рынок колбасных изделий динамично изменяется, целесообразно продолжить исследования в этой области.

Целью статьи является анализ, обобщение и уточнение имеющейся информации о динамике развития

рынка колбасных изделий в Украине, а также выявление проблем и перспективных направлений его развития.

Мясоперерабатывающая отрасль является одной из важнейших отраслей в структуре пищевой промышленности и продовольственной безопасности Украины. Обеспечение украинцев качественной и доступной мясной продукцией является одним из приоритетных заданий государственной политики. Тем не менее, начиная с 1990 г., животноводство в Украине находится в состоянии стагнации. Причем наихудшая ситуация наблюдается с поголовьем крупного рогатого скота, численность которого ежегодно уменьшается. Немного лучше дела обстоят со свиноводством – в последние годы в отрасли наблюдается прирост поголовья, хотя и незначительный. Что касается птицеводства, то благодаря умелому лоббированию предприятиями-производителями своих интересов и достаточным дотациям, начиная с 2002 г. в отрасли наблюдается рост поголовья птиц (*табл. 1*).

В результате недостатка отечественного сырья Украина, обладающая мощным аграрным потенциалом, стала активным импортером мяса. Особенно увеличился ввоз мясопродуктов. По информации Гостаможслужбы, в 2007 г. (до вступления Украины в ВТО), в страну было ввезено 207,9 тыс. тонн мясопродукции, в 2008 году – уже 512,2 тыс. тонн, в 2009 году – 429,7 тыс. тонн. По данным Госкомветмедицины, импортировались в основном низкосортные мясо и мясопродукты, а имен-

но: говядина, состоящая из тримминга и субпродуктов; свинина, состоящая из субпродуктов, сала, жира; мясо птицы, состоящее из мяса механической обвалки, каркасов, субпродуктов [7].

Сегмент производства колбасных изделий является одним из самых значимых в структуре мясной промышленности Украины. Его доля составляет 14,5% от общего объема всей продукции, выпущенной мясопе-

Таблица 1

Динамика поголовья скота и птицы в Украине [6]

| Период | Поголовье крупного рогатого скота, тыс. голов | Поголовье свиней, тыс. голов | Поголовье птицы, млн голов |
|--------|---|------------------------------|----------------------------|
| 1990 | 25194,8 | 19946,7 | 255,1 |
| 1991 | 24623,4 | 19426,9 | 246,1 |
| 1992 | 23727,6 | 17838,7 | 243,1 |
| 1993 | 22456,8 | 16174,9 | 214,6 |
| 1994 | 21607,3 | 15298,0 | 190,5 |
| 1995 | 19624,3 | 13945,5 | 164,9 |
| 1996 | 17557,3 | 13144,4 | 149,7 |
| 1997 | 15313,2 | 11235,6 | 129,4 |
| 1998 | 12758,5 | 9478,7 | 123,3 |
| 1999 | 11721,6 | 10083,4 | 129,5 |
| 2000 | 10626,5 | 10072,9 | 126,1 |
| 2001 | 9423,7 | 7652,3 | 123,7 |
| 2002 | 9421,1 | 8369,5 | 136,8 |
| 2003 | 9108,4 | 9203,7 | 147,4 |
| 2004 | 7712,1 | 7321,5 | 142,4 |
| 2005 | 6902,9 | 6466,1 | 152,8 |
| 2006 | 6514,1 | 7052,8 | 162,0 |
| 2007 | 6175,4 | 8055,0 | 166,5 |
| 2008 | 5490,9 | 7019,9 | 169,3 |
| 2009 | 5079,0 | 6526,0 | 177,6 |
| 2010 | 4826,7 | 7576,6 | 191,4 |

В последние годы объем производства мяса возрастал за счет мяса птицы, при этом производство свинины и говядины, в большей мере используемого в производстве колбасных изделий, сокращалось. Вместе с тем, возрастал объем импортируемого мяса, в частности, свинины. Однако в 2009 году произошло сокращение производства колбасных изделий на 18%, что, прежде всего, объясняется снижением покупательной способности населения (табл. 2).

Таблица 2

Основные показатели рынка колбасных изделий, тыс. тонн [5]

| Показатель | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|--|------|------|------|------|
| <i>Основные виды мяса (говядина, свинина, мясо птицы):</i> | | | | |
| производство | 773 | 973 | 992 | 921 |
| экспорт | 15 | 39 | 25 | 38 |
| импорт | 218 | 203 | 454 | 343 |
| <i>Колбасные изделия:</i> | | | | |
| производство | 301 | 330 | 332 | 260 |
| импорт | 11 | 8 | 12 | 1 |

рерабатывающей промышленностью, и 30% от общего объема готовых мясопродуктов [8].

В 2009 г. объем рынка колбасных изделий составлял более 6,5 млрд грн, или 273 тыс. тонн, продемонстрировав сокращение на -21% в натуральном и на -2% в денежном выражении [7]. В 2010 г. по данным Госкомстата выпуск колбасных изделий увеличился в сравнении с 2009 г. на 2,8% и составлял 270 145 тонн. Тем не менее, по мнению экспертов, в ближайшие годы отечественные производители вряд ли смогут превысить докризисные показатели, когда в стране выпускалось 300 – 330 тыс. тонн колбасных изделий в год (табл. 2).

Уменьшение поголовья скота вызвало резкий рост цен на отечественное сырье, что снизило рентабельность производства продуктов с высоким процентом содержания собственно мяса. В результате, начиная с 2009 года, цены на колбасную продукцию также резко возросли. Несмотря на это, колбасные изделия были и остаются продуктом массового спроса. На приобретение колбасных изделий украинцы тратят в среднем 6,7% своего продовольственного бюджета. В то же время на приобретение говядины, свинины и мяса птицы тратится лишь 5,1% [3]. Таким образом, колбасные изделия яв-

ляются любимым и удобным отечественным продуктом, который употребляют все без исключения слои населения. При этом факторами, которые влияют на различие в потреблении разных видов колбасной продукции, являются возраст, состояние здоровья, привычка, уровень доходов и т. п.

По данным экспертов, на протяжении последних лет структура потребления колбасных изделий в Украине практически не претерпела изменений. Наибольшим спросом пользуются вареные колбасы (41%), сосиски и сардельки (23%), а также полукопченые колбасы (15%) (рис. 1) [3].

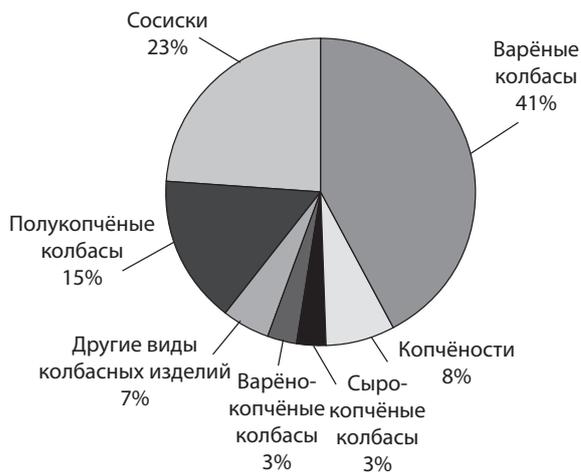


Рис. 1. Структура потребления колбас в Украине, 2010 г.

Дефицит сырья отрицательно сказался на работе мясоперерабатывающих предприятий. В 2009 г. производством колбасных изделий в Украине занимались около 465 предприятий. Ежегодно их количество стабильно сокращается. В данное время предприятий, которые изготавливают 1 тыс. тонн колбасных изделий, насчитывается в Украине не больше 50. Лидерами отрасли по объемам производства являются: ООО «Глобинский мясокомбинат» (Полтавская обл.), ООО «Мясокомбинат «Юбилейный» (Днепропетровск), ООО «Мясная фабрика «Фаворит» (Днепропетровск), ОАО «Мясокомбинат «Ятрань» (Кировоград), ЗАО «Горловский мясокомбинат» (Донецкая обл.). К другим крупнейшим производителям можно отнести «СМП» (Нововольинск, Волынская обл.), ООО «Идекс» (Яготин, Киевская обл.), ЗАО «Луганский мясокомбинат», ОАО «Мелитопольский мясокомбинат» (Запорожская обл.), ООО «Мясной Альянс» (Киев), ОАО «Кременчугмясо» (Полтавская обл.), МПЗ «Колос» (ТМ «Черновицкие колбасы»). На долю этих 12 компаний приходится около 50% отечественного рынка колбасной продукции. Торговые марки данных предприятий представлены практически во всех регионах Украины.

Особенностью рынка колбасных изделий является то, что покупатели консервативны и привержены определенному бренду, который хорошо себя зарекомендовал. Поэтому для удержания своих конкурентных позиций отечественные мясоперерабатывающие пред-

приятия должны постоянно уделять внимание повышению безопасности и качества продукции, снижению ее себестоимости за счет внедрения новых технологий, расширению ассортимента, особенно в низко- и средне-ценовом сегменте.

В этих условиях важными факторами конкурентной борьбы являются переоборудование предприятий, расширение производства, усовершенствование технологии изготовления продукции, обеспечение бесперебойного снабжения производства качественным сырьем, строгое соблюдение стандартов, наличие высококвалифицированного персонала, четко налаженная система дистрибуции. Выдержать все эти требования по силам только крупным предприятиям. Поэтому основной тенденцией украинского рынка колбасных изделий является его консолидация. Крупные производители создают вертикально-интегрированные структуры, охватывающие весь цикл производства и реализации продукции (от выращивания скота и птиц до розничной продажи). Средние и мелкие предприятия вынуждены либо входить в состав крупных холдингов, либо покинуть рынок.

Некоторых конкурентных преимуществ могут достичь также и небольшие мясоперерабатывающие цеха, которые занимают определенную нишу в своих регионах. Они, в отличие от крупных производителей, имеют возможность быстрее реагировать на нужды рынка, снимая с производства продукцию, не пользующуюся спросом, и внедряя новинки соответственно вкусам своих потребителей.

Что касается перспектив развития рынка колбасных изделий, то, по мнению экспертов, рынок в ближайшее время окончательно оправится от последствий экономического кризиса и вновь активизирует свое развитие. При этом фактором, сдерживающим рост продаж, может оказаться возможное повышение цен на ряд колбасных изделий. Причиной этого является введение в действие с 15 января 2010 г. новых ДСТУ на изготовление колбасных изделий. Так, например, цена на колбасу «Докторская», изготовленную по ДСТУ 4436:2005, может увеличиться, как минимум, вдвое, достигнув у некоторых производителей стоимости в 80 – 100 грн/кг. Однако производители полагают, что даже если реализация подорожавших колбасных изделий изначально будет демонстрировать минимальные показатели, то со временем этот продукт все равно найдет своего покупателя, и продажи снова возрастут [9].

Кроме того, многие эксперты прогнозируют дальнейшее увеличение импорта. Это обусловлено следующими факторами:

- 1) отечественный производитель остается зависимым от импортного мяса, которое, безусловно, скажется на цене продукции;
- 2) качество украинской продукции не всегда отвечает запросам покупателей. Если иностранные предприятия будут поставлять продукцию более высокого качества по приемлемым ценам, то успех им гарантирован. Такими поставщиками являются предприятия России, Прибалтики, некоторых европейских стран, а также Беларуси, которая является наиболее активным

импортером. Высокому спросу на белорусские колбасные изделия способствует, прежде всего, их высокое качество. Кроме того, осенью 2009 г. было открыто дочернее предприятие «Белресурсы Украина», которое активно продвигает белорусскую продукцию на украинском рынке [2].

Подводя итоги, можно сделать следующие выводы. Отечественный рынок колбасных изделий практически достиг своего насыщения. Усиленная конкуренция определяет ассортимент продукции, качество и регулирует ценовую политику. Характерным для отрасли является активизация брендинга колбасных изделий. При этом основными факторами, определяющими выбор колбасной продукции покупателями, являются высокое качество, безопасность продукции, а также известный (любимый) бренд.

Среди основных мероприятий, которые будут способствовать повышению конкурентоспособности отечественных производителей колбасной продукции, можно назвать следующие:

- ✦ государственная поддержка и стимулирование развития мясоперерабатывающей отрасли;
- ✦ государственное регулирование импорта сырья;
- ✦ постоянный государственный надзор и контроль за установлением розничных цен на колбасную продукцию;
- ✦ усиление со стороны государства контроля качества колбасных изделий, включая контроль качества упаковки и контроль содержания в готовой продукции опасных пищевых добавок;
- ✦ формирование и реализация грамотной маркетинговой политики на мясоперерабатывающих предприятиях. ■

ЛИТЕРАТУРА

1. Свиноус І. В. Щодо проблеми конкурентоспроможності українських м'ясопродуктів / І. В. Свиноус // Вісник БНАУ, № 81, 2011: [Електрон. ресурс].– Режим доступу: <http://www.btsau.kiev.ua>. – Заглав. с экрана.

2. Арасланова А. Страну колбасит / Анастасия Арасланова // Экономические известия, №11 (1471), 25.01.2011: [Електрон. ресурс].– Режим доступу: <http://eizvestia.com/markets>.– Заглав. с экрана.

3. Вязовская С. Демократический продукт. Тенденции на рынке полукопченых колбас Украины / Софья Вязовская: [Електрон. ресурс].– Режим доступу: <http://www.meatbusiness.ua>.– Заглав. с экрана.

4. Рибачок Н., Максимчук А. Поковбасимо / Наталя Рибачок, Андрій Максимчук: [Електрон. ресурс].– Режим доступу: // <http://www.vlasnasprava.info/ua>. – Заглав. с экрана.

5. Васина Е. Кредитоспособность предприятий мясной отрасли / Екатерина Васина // «АПК-информ»: [Електрон. ресурс].– Режим доступу: // <http://www.credit-rating.ua/ru>. – Заглав. с экрана.

6. Ковальчук А. В Украине опять сократилось поголовье крупного рогатого скота / Анна Ковальчук // «Дело»: [Електрон. ресурс].– Режим доступу: // <http://delo.ua/business>. – Заглав. с экрана.

7. Рынок мяса в Украине стабилизируется: [Електрон. ресурс].– Режим доступу: // <http://newsukraine.com.ua/news>. – Заглав. с экрана.

8. Общая характеристика рынка колбасных изделий // Агентство промышленных новостей: [Електрон. ресурс].– Режим доступу: // <http://www.apn-ua.com/demo/archive>. – Заглав. с экрана.

9. Мозговая О., Складчиков В. Рынок мясных изделий и колбас / Ольга Мозговая, Виктор Складчиков//Журнал «Мир Продуктов»: [Електрон. ресурс].– Режим доступу: <http://proinfo.com.ua/proizvodstvo>.– Заглав. с экрана.